



Was nehmen Ihre Kunden am Point of Sale wahr?

INNOFACT Eye-Tracking PoS

Ladengestaltung, volle Regale, diverse Aufsteller und viele Sonderaktionen. Um wirklich verstehen zu können, was Kunden am Point of Sale (PoS) wahrnehmen, müssen Sie den Blickwinkel Ihres Kunden einnehmen.

INNOFACT verfügt über ein mobiles Eye-Tracking Tool, das es erlaubt, „live“ das Verhalten und Erleben am PoS zu messen. Maßgeschneiderte Eye-Tracking Lösungen helfen dabei, unmittelbar und unverzerrt zu untersuchen, wie Ihre Kunden am PoS mit Ihren Angeboten und Produkten interagieren.

Von der Wirksamkeit der Preisauszeichnungen und Promotions über die Evaluation der Sichtbarkeit von Einzelprodukten im Wettbewerbsumfeld bis hin zur wahrgenommenen Attraktivität von ganzen Sortimenten kann alles über das Eye-Tracking-Methodenspektrum analysiert werden.



Auf Augenhöhe mit Ihrem Kunden

INNOFACT kombiniert modernste Eye-Tracking-Technologie mit qualitativen Techniken und quantitativen Befragungen. Der Mix aus spontanen, affektiven Daten und fundierten Befragungsergebnissen gibt Ihnen ein ganzheitliches Bild von Ihrem Kunden, seiner Wahrnehmung und seinen Anforderungen und Bedürfnissen an Ihr Business.

So funktioniert es

Beim Eye-Tracking werden Augenbewegungen von Testpersonen mithilfe technischer Messinstrumente aufgezeichnet. Hierdurch kann mittels spezieller Analyse-Software gemessen werden, was der Proband gesehen hat und wie sein Blickverlauf gewesen ist.

Reguläre Kunden werden im Geschäft von **INNOFACT**-Mitarbeitern angesprochen und zur Teilnahme am Eye-Tracking Test gewonnen. Die Kunden werden dann mit einer kleinen und hochmodernen Eye-Tracking Brille ausgestattet (ähnlich einer Sonnenbrille) und bewegen sich wie gewohnt im Geschäft. Anschließend werden sie noch in einem kurzen Interview befragt.

Diese Fragen werden beantwortet

- Wie wirkt die Warenpräsentation auf Kunden (Regaltests und Shopper Studies)?
- Wie kommen Neuprodukte an (Produkt- und Konzepttests im Regal im Wettbewerbsumfeld)?
- Sind Produkte und Produktkategorien am richtigen Platz (Analyse der Indoor Navigation)?
- Welchen Eindruck und welche Positionierung vermittelt das Storedesign?
- Wie werden Preise und Preisbeschilderung am PoS wahrgenommen?
- Wie wird die digitale Kommunikation und Werbung auf der Ladenfläche beurteilt (Digital Signage)?

Das liefert INNOFACT

- **Vielfältige Einsatzmöglichkeit:** Eye-Tracking eignet sich überall dort, wo Aufmerksamkeit, Wahrnehmung und Usability eine Rolle spielen.
- **Mobile Anwendung:** Der Einsatz leichter und unaufdringlicher mobiler Eye-Tracking Brillen ermöglicht es Ihren Kunden, sich ungestört am PoS zu bewegen und so ungehindert und weitgehend unbeeinflusst einzukaufen und Testaufgaben durchzuführen. Dank modernster Messinstrumente können Blickpunkte und -verläufe präzise gemessen und das (Blick-)Verhalten der Kunden im natürlichen Umfeld aufgezeichnet werden.
- **Klare Handlungsanweisungen:** Die rasche Lieferung belastbarer Kennzahlen und intuitive visuelle Darstellungen wie Heatmaps und Blickvideos ermöglichen Ihnen eine rasche Durchdringung und leicht verständliche Kommunikation sowie Nutzbarkeit der Ergebnisse.

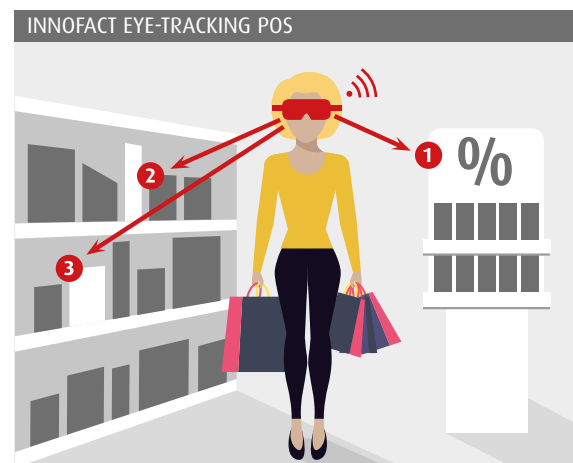


Foto: Fotolia.de